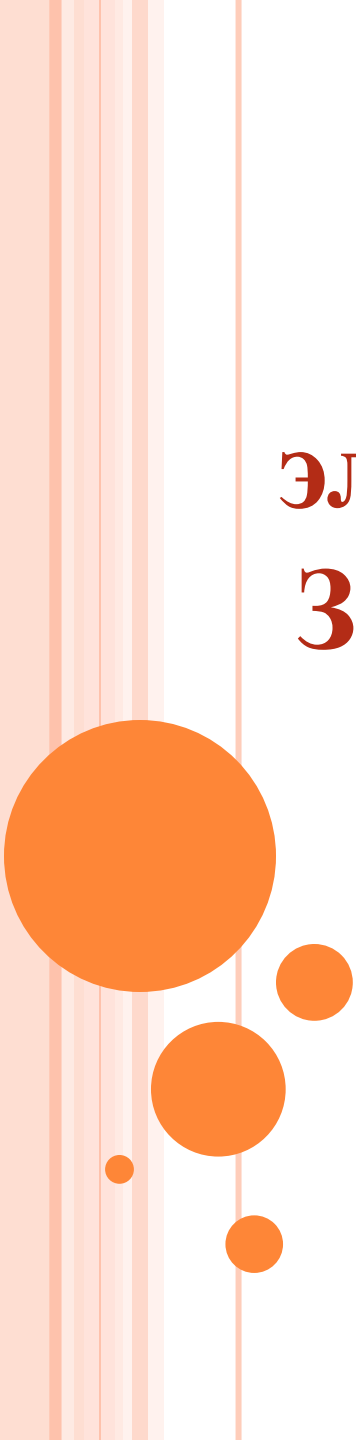




Наиболее значимые элементы внешней среды ЗАО «Костромской завод автокомпонентов»

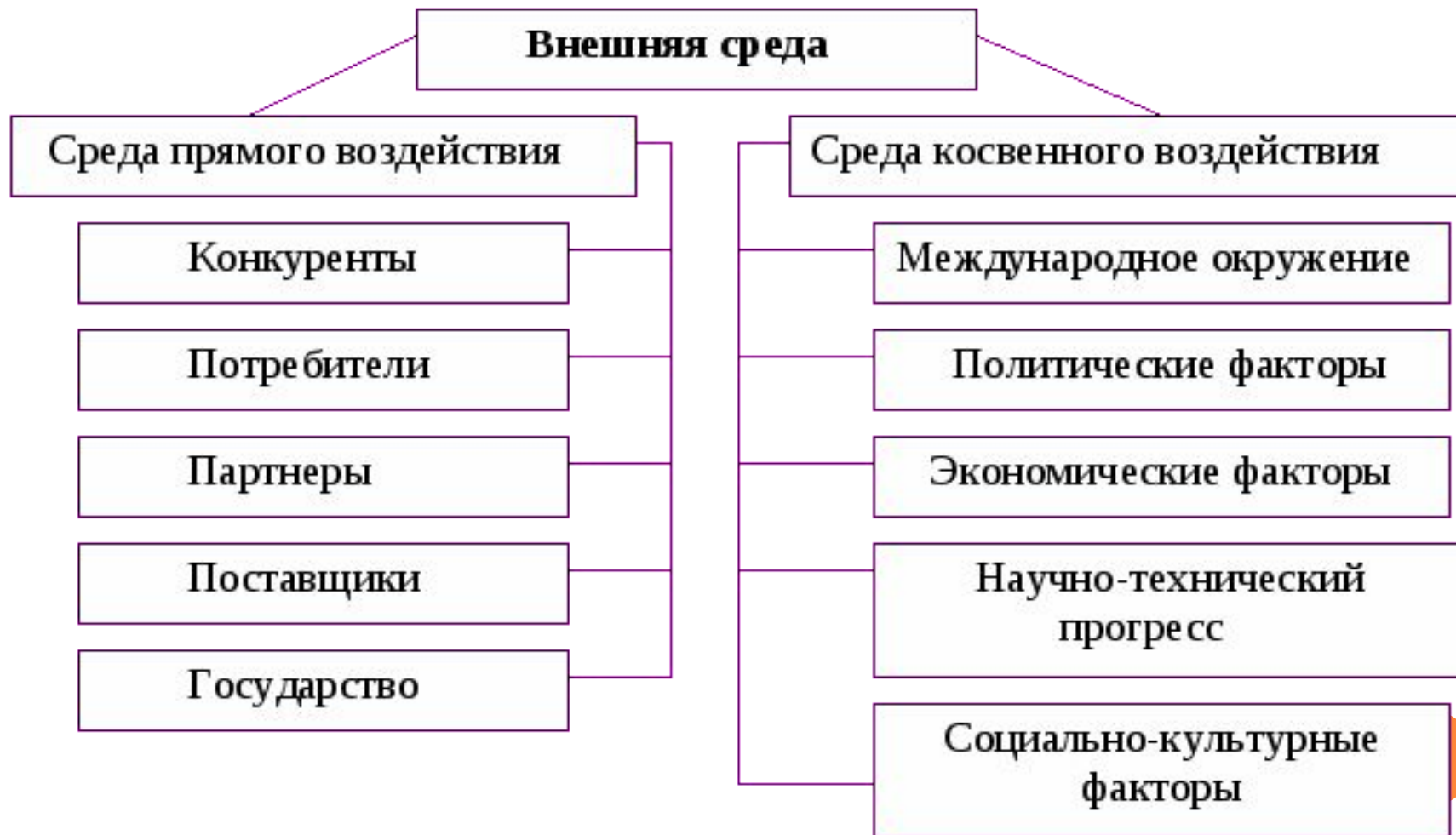
Группа №3

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Внешняя среда организации - это все те факторы, которые находятся за пределами организации и могут на нее воздействовать.



Элементы внешней среды организации



Среда прямого воздействия Потребители.

Принципиальная схема структуры профилей потребителей включает следующее:

1. географическое местоположение, адрес, наименование;
2. демографические характеристики: пол, возраст, образование, сфера деятельности и др.;
3. социально-психологические характеристики, отражающие положение в обществе, стиль поведения, вкусы и т.п.;
4. отношение к продукту: длительность сотрудничества, оценка покупательной способности, спектр потребляемых услуг и товаров, объем потенциальных закупок.



Контракт	Цена контракта	Поставщик	Заказчик
Номер контракта: 1440100511615000051 Дата заключения контракта: 29.04.2015 Статус контракта: Исполнение прекращено	1 084.43 RUB	ЗАО КОСТРОМСКОЙ ЗАВОД АВТОКОМПОНЕНТОВ, ИНН 4401111481	Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по Костромской области, ИНН 4401005116
Номер контракта: 0141100001014000091 Дата заключения контракта: 13.11.2014 Статус контракта: Исполнение завершено	188.57 RUB	ЗАО КОСТРОМСКОЙ ЗАВОД АВТОКОМПОНЕНТОВ, ИНН 4401111481	Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по Костромской области, ИНН 4401005116

С 2002 года по настоящее время ЗАО «Автокомпоненты» осуществляет поставки автокомпонентов на конвейеры ведущих производителей грузовиков и автобусов России, Белоруссии и Украины, в частности: КАМАЗ, МАЗ, УралАЗ, ПАЗ, ЛиАЗ, НЕФАЗ, КАВЗ, АМАЗ, КрАЗ.



Среда прямого воздействия

Конкуренты.

Структура профиля конкурента включает:

1. общую информацию (адрес, телефоны, количество работников, ФИО директора и лиц, принимающих решения);
2. схему продвижения на рынок (средства рекламы, предлагаемый сервис, способы наружной рекламы и т.д.);
3. каналы продаж (число каналов, номенклатура, объемы продаж);
4. целевая аудитория с разделением на сегменты;
5. финансовое положение;
6. ценовая политика;
7. ассортимент продукции;
8. сильные и слабые стороны, исходящие угрозы.



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Для цели исследования конкурентной среды список разделяется на 4 сегмента, по объему выручки компаний за последний имеющийся в органах государственной статистики период.

Общий перечень компаний списка упорядочен по уменьшению выручки и разделен на четыре группы, равные по количеству компаний. Границы диапазонов выручки совпадают со значениями выручки первой и последней компании каждой группы.

Зарегистрированное количество компаний по группе ОКВЭД: 45.3 «Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2)» — 54 690, из них компаний, предоставивших бухгалтерскую отчетность за 2015 г. — 27 592.

Сегментация списка

	Диапазон выручки, тыс. руб	Совокупная выручка, тыс. руб/год	Состав группы
Группа А	40 820 216 - 21 064	1 323 969 998,7	количество компаний в группе - 6 897
Группа В	21 063 - 3 968	70 436 017,97	количество компаний в группе - 6 897
Группа С	3 968 - 49	10 398 982,45	количество компаний в группе - 6 897
Группа D	49 - 0	8 102,76	количество компаний в группе - 6 897

Рассматриваемая компания – «НАО АО КЗА» (ИНН: 4401111481) закрыла 2015 год с выручкой в 2 783 096 тыс. рублей, что относит её к компаниям Группы А.

К Группе А, как правило, относятся довольно крупные компании-лидеры, не первый год ведущие свою деятельность на выбранном рынке.

Группа В объединяет компании с достаточно весомым оборотом и устойчивым положением в списке.

К Группе С относятся как развивающиеся молодые, так и мелкие, давно существующие компании списка. Также в данную группу могут попасть фирмы, испытывающие временные проблемы с клиентской базой.

Последняя Группа D - это компании с недавним сроком регистрации, вышедшие на рынок впервые, либо компании в данный момент по какой-либо причине испытывающие финансовые трудности.

Совокупная выручка групп компаний списка за последний имеющийся отчетный период - объем продаж продукции при сложившемся уровне цен.

Конкуренты:

1. ООО «НОКИА ШИНА»;
2. ООО «Автотрейдол»;
3. ООО «ТЗК Автокомпонент»;
4. НАО «АО ТД АКОМ»;
5. ООО «БАЛТКАМ»;
6. ООО «ТК корпорация АВТОШИНСНАБ»;
7. ООО «НИЖБЕЛ»;
8. ООО «АВТОПАРТ»;
9. ООО «Лекор»;
0. ООО «Автокомфорт» и т.д.



Среда прямого воздействия Поставщики.

Силу поставщика определяют факторы:

1. уровень специализированности, стоимость переключения на других клиентов, лояльность;
2. концентрированность поставщика на определенных клиентах;
3. объемы продаж, возможность их роста;
4. стоимость и качество поставляемого ресурса (прайс-листы), гибкая ценовая политика, скидки;
5. временной график поставки и пунктуальность его выполнения, условия поставок по кредитной линии и т.д.



В качестве поставщика

Заказчик	Количество	Сумма
АО "ИМЗ", АО "Ижевский Механический Завод"	2	₽ 12 549 300,00
ООО "Газпром Трансгаз Югорск"	1	₽ 2 459 718,99
УМВД России по Костромской области	2	₽ 1 273,00

Поставщик сборочных конвейеров ОАО «КамАЗ-Дизель», ОАО «Автодизель» (Ярославский моторный завод), УП «Минский моторный завод», ОАО «Ульяновский моторный завод», ОАО «ПО «Алтайский моторный завод», ОАО «Тутаевский моторный завод».

За весь период	Заказчик	0	0,00
	Поставщик	3	15 009 018,99
Общие сведения о закупках по 223-ФЗ			
Вид закупки	Тип участия	Общее количество	Общая сумма, руб
Закупка у единственного поставщика/подрядчика/исполнителя	Заказчик	0	0,00
	Участник	1	3 681 600,00
	Поставщик	1	6 460 500,00
Итого	Заказчик	0	0,00
	Участник	1	3 681 600,00
	Поставщик	1	6 460 500,00



Среда прямого воздействия

Стратегические партнеры, акционеры.

К числу стратегических партнеров можно отнести финансово-кредитные учреждения, и, прежде всего коммерческие банки. Акционеры могут влиять на политику организации, а в ряде случаев, и на текущее функционирование.

Регистрационные данные	
Владелец/Акционер (Участник) и руководитель компании одно и то же лицо	Калашник Сергей Викторович - Генеральный директор - 30,2%
Владелец/Акционер (Участник) зарегистрирован в оффшорной зоне	"ЗОРВИЛ ЛИМИТЕД" (КИПР) - 32,33%
Юридический адрес компании является адресом "массовой" регистрации	Зарегистрировано компаний - 41



УЧРЕДИТЕЛЬ/УЧАСТНИК/АКЦИОНЕР

Держатель реестра акций

НАО АО РЕГИСТРАТОР Р.О.С.Т.

Статус: Действующее ОКПО: 31738567 ИНН: 7726030449 Юридический адрес: РОССИЯ, 107996, г.Москва, ул. СТРОМИНКА, д.18, корп.13 Генеральный директор: Жизненко Олег Михайлович ИНН: 501805024899 Дата в ЕГРЮЛ: 25.03.2013

ДОЧЕРНИЕ КОМПАНИИ

ООО ДИСКУРС	36,36%
Статус: Действующее ОКПО: 00421440 ИНН: 4401169379 Юридический адрес: РОССИЯ, 156000, Костромская область, КОСТРОМА, пр-кт ТЕКСТИЛЬЩИКОВ, д. 46 Директор: Гнедин Роман Сергеевич ИНН: 440105979100	
ООО КАПИТАЛ ПЛЮС	20,61%
Статус: Действующее ОКПО: 37426739 ИНН: 0411162086 Юридический адрес: РОССИЯ, 649002, Республика Алтай, ГОРНО-АЛТАЙСК, пр-кт КОММУНИСТИЧЕСКИЙ, д.109/6 ДОМ №2, БЛОК-СЕКЦИЯ Д Генеральный директор: Ручкин Александр Сергеевич ИНН: 773103865206	
ООО КАРМАКС	100%
Статус: Прекратило деятельность путем реорганизации в форме присоединения, 15.07.2014 ОКПО: 61919243 ИНН: 4401106107 Юридический адрес: РОССИЯ, 156001, Костромская область, КОСТРОМА, ул. МОСКОВСКАЯ, д.105 Директор: Брюханов Иван Юрьевич ИНН: 440122697219	
ООО ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ РАЗВИТИЕ	33,12%
Статус: Прекратило деятельность путем реорганизации в форме присоединения, 27.05.2015 ОКПО: 79188722 ИНН: 4405006819 Юридический адрес: РОССИЯ, 156000, Костромская область, КОСТРОМА, пр-кт ТЕКСТИЛЬЩИКОВ, д.46 Генеральный директор: Лавров Игорь Олегович ИНН: 441401582700 Дата рождения: 02.04.1973	

Среда прямого воздействия Законодательные государственные органы.

ПЛАНЫ ПРОВЕРОК НАДЗОРНЫХ ОРГАНОВ					
Согласно сводному плану Генеральной прокуратуры Российской Федерации, включающему информацию о проверках всех надзорных органов, в отношении данной организации имеется следующая информация о проведенных ранее и планируемых на 2017 год проверках.					
Цель	Дата окончания последней проверки	Дата текущей проверки	Длительность проведения дней (часов)	Форма проведения	Наименование органа государственного контроля
Федеральный государственный контрольнадзор в области рыболовства и сохранения ВБР ФЗ от 20.12.2004 № 166-ФЗ		01.03.2017	0 (48)	выездная	Московско-Окское территориальное управление Федерального агентства по рыболовству
Федеральный государственный энергетический надзор. Государственный контроль надзор за соблюдением требований законодательства об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности	27.12.2013	01.03.2017	10 (0)	выездная	Центрального управления Ростехнадзора
Проверка соблюдения обязательных требований в области гражданской обороны		01.03.2017	20 (0)	выездная	Главного управления МЧС России по Костромской области



Среда прямого воздействия

Рынок труда.

Изучение рынка труда позволяет организации определить для себя контингент рабочих, обладающих определенными трудовыми характеристиками (пол, возраст, образование, квалификация, опыт работы, личностные качества).

Здесь необходимо выявить наличие на нем кадров необходимой специализации и квалификации, уровня образования, пола и возраста. Анализ должен также определить политику *профсоюзов*, имеющих влияние на этом рынке.



Среда косвенного воздействия

Экономические факторы.

Для того чтобы выработать правильную стратегию, руководству фирмы необходимо знать, какие экономические условия деятельности имеются в регионе:

- темпы роста отраслей;
- динамика развития рынка и его насыщенность;
- уровень инфляции и безработицы;
- процентные ставки за кредит;
- инвестиционная и налоговая политика;
- политика в области заработной платы и цен;
- налоговая база;
- экономическая ситуация в регионе;
- уровень доходов населения;
- темпы роста экономики страны и отрасли, уровни ВВП и ВВП;
- внешнеторговые барьеры;
- таможенная политика.



Для компании "НАО АО КЗА"

По финансовым результатам 2015 года Выручка от продаж НАО АО КЗА составила 2,78 млрд руб.

Этот результат является одним из лучших по отрасли Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2), то есть рассматриваемая компания по показателю Выручка от продаж занимает одно из лидирующих положений в отрасли.

При этом показатель Выручка от продаж ухудшился в сравнении с предыдущим периодом, что свидетельствует об ухудшении продаж компании за отчетный период. В любом случае компания по показателю Выручка от продаж является одним из крупнейших игроков рынка. Снижение показателя может быть связано как с невыполнением обязательств поставщиков компании, так и с агрессивной ситуацией на рынке или, возможно, с некоторыми стратегически не совсем корректными решениями менеджеров компании.

Ухудшение положения компании за последний год по данному показателю, по мнению экспертов, может быть связано со значительным увеличением расходов по обычной деятельности предприятия.

По финансовым результатам 2015 года Прибыль (убыток) до налогообложения НАО АО КЗА составила 14,54 млн руб.

Этот результат является одним из лучших по отрасли Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2), то есть рассматриваемая компания по показателю Прибыль (убыток) до налогообложения занимает одно из лидирующих положений в отрасли.

По финансовым результатам 2015 года Чистая прибыль (убыток) НАО АО КЗА составила 9,82 млн руб.

Этот результат является одним из лучших по отрасли Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2), то есть рассматриваемая компания по показателю Чистая прибыль (убыток) занимает одно из лидирующих положений в отрасли.

По мнению экспертов, такое положение компании в отрасли Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2) показывает, что компания успешно преодолела общий спад в отрасли в 2008-2010 годах либо развила свой бизнес, о чем свидетельствует ее позиция одного из крупнейших игроков рынка.

По всем показателям прибыли компании, кроме двух (Выручка от продаж, Расходы по обычной деятельности) компания «НАО АО КЗА» улучшила свое положение относительно предыдущего года.

В целом, положение компании свидетельствует о потенциальной возможности улучшения ее показателей прибыли при дальнейшем развитии отрасли.

По отрасли "Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2)"

Объем отрасли "Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2)" по выручке в 2015г составил порядка 1 276,3 млрд руб. Увеличение объема рынка в стоимостном выражении в сравнении с предыдущим годом составило 883,13%. Топ 60 компаний отрасли имеют долю 31,46%, что свидетельствует о нормальной концентрации отрасли «Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2)».

По отрасли за рассматриваемый период по сравнению с предшествующим периодом уменьшились расходы по обычной деятельности, что может быть связано с появлением более экономичных технологий производства.

В среднем, по отрасли «Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (ОКВЭД 2)» все показатели продемонстрировали рост за рассматриваемый период: Выручка от продаж – 883,13%, Прибыль (убыток) от продаж – 1 158,96%, Прибыль (убыток) до налогообложения – 1 762,9%, Чистая прибыль (убыток) – 1 329,18%, Совокупный финансовый результат периода – 1 570,93%, Расходы по обычной деятельности – 875,3%. Это свидетельствует о значительном улучшении ситуации в отрасли.

Среда косвенного воздействия

Политические факторы.

Обычно к политическим факторам относят:

- политическую ситуацию в стране;
- стабильность;
- лояльность властей;
- протекционизм в отрасли;
- наличие административных барьеров;
- систему охраны собственности.



Среда косвенного воздействия

Социокультурные факторы.

Анализ *социокультурного фактора* макроокружения должен быть направлен в первую очередь на уяснение влияния на бизнес таких социальных явлений и процессов, как:

- отношение людей к работе и качеству жизни;
- средний уровень дохода и прожиточный минимум;
- доминирующие в обществе обычаи и религиозные верования;
- разделяемые моральные ценности;
- демографическая и половозрастная структуры общества; уровень образования.



Для клиентов компании (руководителей, работников техцентров и автосервисов, менеджеров магазинов, владельцев малого и среднего бизнеса) регулярно проводятся **выездные интерактивные технические семинары**.

Сертификат ISO 14001:2004, предъявляющий высокие требования к организации системы экологического менеджмента на предприятии. Он относится не к продукту, а к процессу его производства: соблюдение компанией требований экологического законодательства, организация эффективного производства, соблюдение отчетности, вовлечение сотрудников и т.д.



Завод принимает активное участие в социальной жизни города.

Построено:

- 47,3 тысячи кв.м. жилых домов,
- общежитие на 640 мест,
- два детских сада.



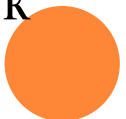
Среда косвенного воздействия

Технологические факторы.

Анализ *технологического фактора* макроокружения позволяет своевременно выявить те возможности, которые развитие науки и техники открывает для производства новой продукции и ее модернизации, для технологии производства и сбыта продукции.

Особую значимость технология приобретает для организаций, имеющих дело с наукоемкими бизнесами, отраслей и сфер с высокой конкурентоспособностью.

Несвоевременная реакция на изменения в области технологии почти всегда ведет к потере своей доли рынка, к крайне негативным последствиям для организации.



За последние 7 лет предприятие было полностью переоснащено. Сейчас в изготовлении задействовано самое **современное роботизированное оборудование** — литейные и обрабатывающие комплексы: **ERGO, TAKISAWA, GOETZE, KOLBENSCHMIDT, DUKER, DEGUSSA, ZIPPEL, OTTO HARRANDT.**

В производстве компонентов «Мотордеталь» применяются как собственные наработанные технологии, так и лучший опыт ведущих мировых компаний. **KOLBENSCHMIDT**, являясь лидером в области производства деталей для двигателей, **выбрал в качестве эксклюзивного партнера на территории СНГ завод «Мотордеталь».**

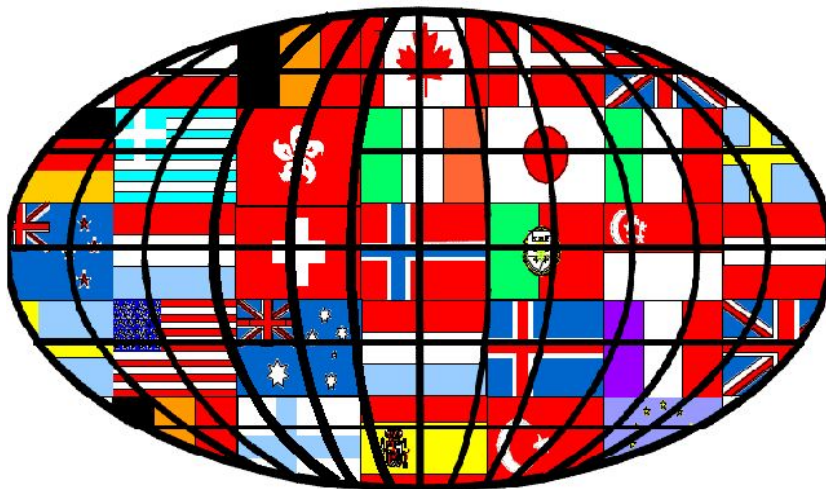
Подписанное в 2011 году соглашение, позволило использовать новейшие технологии, предлагаемые KOLBENSCHMIDT для MERCEDESBENZ, BMW, VOLVO, MAN, FORD, VW, в производстве продукции «Мотордеталь». Отдельно стоит выделить внедрение технологии фосфатирования и анодирования в производстве поршней.

Продукция «Мотордеталь» постоянно совершенствуется. За этот процесс отвечает научный центр предприятия. Одними из последних достижений стали — переход на **сплавы, позволяющие увеличить срок службы и надёжность** продукции «Мотордеталь»; внедрение **уникальных покрытий: ncMDCr (Нанохром)** для поршневых колец и **NANOFRIKS (Нанофрикс)** для поршней, значительно снижающих потери на трение и продлевающих срок службы двигателя.

Среда косвенного воздействия

Международные факторы.

Особое место во внешней среде имеет *международное окружение*, оказывающие влияние на экспорт-импорт, лицензирование, создание совместных предприятий и многонациональные корпораций, возможности прямых капиталовложений и т.д.



СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ ПРОДУКЦИИ ЗАО «КЗА»

Афганистан, Ирак, Сирия, Монголия, Польша, Украина, Болгария, Молдова, Вьетнам, Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан, Азербайджан, Туркменистан, Таджикистан, Грузия, Армения, Беларусь, Литва, Куба

Среднегодовой оборот экспорта (млн. долл. США) 16 млн. долл. США

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ			
Импорт	Осуществлялся		
Экспорт	Осуществлялся		



Вопросы



Среда прямого воздействия Законодательные государственные органы.

- Какие возможные изменения в существующем законодательстве могут повлиять на вашу компанию?
- Помогает ли вам действующее в настоящее время законодательство защищаться от конкурентов?
- Понимаете ли вы, какие шаги необходимо предпринять, чтобы и позиция, и положение на рынке вашей компании было максимально неуязвимым или, но крайней мере, не было связано с риском?



Среда косвенного воздействия

Экономические факторы.

1. Какие наблюдаются колебания валютных курсов и влияют ли они на ваших покупателей?
2. Зависит ли ваша компания от кредитных ставок, которые выдают банки соответственно от учетной ставки?
3. Растет ли занятость в вашей отрасли?
4. Ограниченный или замедленный рост в той или иной отрасли нередко объясняется недостатком профессиональных работников. Справедливо ли это по отношению к вашей компании?
5. Как на вас влияет изменение потребительского спроса?
6. Какие именно группы населения тратят деньги на произведенную вами продукцию?
7. Существует ли внутренняя конкуренция в пределах России с другими регионами, в которых производят аналогичную продукцию, или вы конкурируете со странами СНГ и другими странами?



Среда косвенного воздействия

Политические факторы.

1. Какое влияние на ваш бизнес оказывают новые программы, которые исходят от правительства?
2. Считаете ли вы, что законодательные органы оказывают позитивное и стабилизирующее влияние на бизнес вообще и на ваш бизнес в частности? Можете ли вы планировать какие-то факторы на основании принятых сверху решений?
3. Можете ли вы с достаточной долей уверенности предугадать, как государственная политика воздействует на ваш бизнес? (Вполне вероятно, что эмбарго, либо те или иные торговые ограничения, либо установление или разрыв отношений с определенными странами сильно повлияют на вашу компанию.)
4. Могут ли повлиять на ваш бизнес какие-либо политические изменения (если они будут связаны с поставщиками необходимого вам сырья, материалов и пр.)?
5. Сможет ли ваша компания адекватно функционировать, если работа производится на условиях аутсорсинга или в тех государствах, которые являются рынками для вашей страны?



Среда косвенного воздействия

Социокультурные факторы.

1. Считается ли ваше предприятие градообразующим?
2. Зависит ли от него социальная жизнь тех групп населения, которые прямо либо косвенно связаны с деятельностью вашего предприятия?
3. Можете ли вы назвать какие-либо конкретные услуги, которые ваше предприятие предлагает определенным группам населения, живущим в непосредственной близости от вашего предприятия?



Среда косвенного воздействия

Технологические факторы.

1. Как изменились взаимоотношения между вами, вашими сотрудниками и покупателями после внедрения новых способов доставки товаров и в связи с использованием новых методов получения хранения и обработки информации?
 2. Может ли ваша компания внедрять и использовать новые технологии?
 3. Появились ли на рынке новые технологии, применение которых позволяет вам изготавливать товары более высокого качества или увеличивать производительность труда?
 4. Изменился ли срок жизни вашего оборудования после появления новых технологий?
 5. Что вам известно о новых разработках в той сфере, в которой функционирует ваша компания?
 6. Имеются ли заметные нововведения в том, что связано с доставкой товаров?
 7. Оказывают ли влияние на ваш бизнес изменения в стоимости оборудования?
- 

Среда косвенного воздействия

Международные факторы.

1. С какими проблемами экологического характера приходится сталкиваться вашему предприятию?
2. Есть ли у вас конкуренты, которые в своей маркетинговой политике используют вопросы экологии и защиты окружающей среды? Добиваются ли они в этом успеха?
3. Использует ли ваша компания вторичное сырье?
4. Установлено ли на вашем предприятии оборудование, которое защищает окружающую среду от вредных выбросов?
5. Внедряете ли вы новые способы использования вторичного и переработанного сырья при организации производства на своем предприятии?
6. Есть ли какие-то группы влияния, которые связаны с тем, чтобы воздействовать на вашу компанию через факторы, связанные с угрозой окружающей среде?





В конечном итоге анализ факторов внешней среды должен дать руководству фирмы ответы на следующие вопросы:

- Какие изменения во внешней среде воздействуют на текущую стратегию фирмы?
- Какие факторы представляют угрозу для текущей стратегии фирмы?
- Какие факторы предоставляют возможности для достижения общефирменных целей?



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!

